

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAKSI .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Corporate Social Responsibility.....	9
2.1.2 Karakteristik Tanggung Jawab Perusahaan.....	13
2.1.3 Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan.....	16
2.1.4 Nilai Perusahaan.....	18
2.1.5 Kepemilikan Manajemen.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21

2.3 Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Populasi dan Sampel.....	28
3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3 Variabel Penelitian dan pengukurannya.....	32
3.3.1 Variabel Dependen.....	32
3.3.2 Variabel Independen.....	32
3.3.3 Variabel Moderating.....	34
3.4 Model Penelitian.....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	35
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	35
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	36
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	36
3.5.2.4 Uji Autokorelasi.....	37
3.5.3 Analisis Model Regresi Berganda.....	37
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	38
3.5.4.1 Uji Parsial (Uji t) .....	38
3.6 Data Penelitian.....	39
<b>BAB IV ANALISA DATA.....</b>	<b>40</b>
4.1 Analisis Deskriptif.....	40
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.2.1 Uji Normalitas.....	42
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	44
4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	45
4.2.4 Uji Autokorelasi.....	46
4.3 Uji Regresi Berganda.....	47

4.4 Uji Hipotesis.....	49
4.4.1 Uji Parsial (Uji t) .....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Keterbatasan.....	53
5.3 Saran.....	54
5.4 Implikasi.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
4.1.	Hasil Statistik Deskriptif Penelitian.....	41
4.2.	Hasil Uji Normalitas.....	43
4.3.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
4.4.	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	45
4.5.	Hasil Uji Autokorelasi.....	46
4.6.	Hasil Uji Regresi Berganda.....	47

.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Item-item pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan.....	58
Lampiran 2	Nama Perusahaan yang dijadikan Sampel Penelitian.....	61
Lampiran 3	Index Corporate Social Responsibility.....	63
Lampiran 4	Prosentase Kepemilikan Manajemen.....	65
Lampiran 5	Price Book Value.....	67
Lampiran 6	Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, dan Hasil Analisis Regresi .....	69

.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian.....	34
----------------------------------	----

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Variabel yang diteliti adalah variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dan untuk mengetahui apakah prosentase kepemilikan manajemen memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdapat dalam indeks Kompas 100 selama tahun 2008 sampai 2009. Terdapat 41 perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Metode statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan model regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbukti berpengaruh signifikan secara positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan secara negative. Dengan demikian prosentase kepemilikan manajemen dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara positif sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen, dan nilai perusahaan.